

**Projeto Prosperidade Urbana Sustentável e Inclusiva no Estado de Alagoas:  
Uma Iniciativa Integrada**

**RESULTADO 4:  
FINANCIAMENTO PÚBLICO E INICIATIVAS ECONÔMICAS LOCAIS  
MELHORADAS**

**Sumário Executivo Integrado**  
Perfil e percepções de turistas  
Relatório sobre cadeia de valor do turismo  
Estratégias para o desenvolvimento da atividade turística

Maceió  
Dezembro de 2020



## INTRODUÇÃO

Este **Sumário Executivo Integrado** traz as principais conclusões de três produtos elaborados pelo Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos (ONU-Habitat) em parceria com o Governo do Estado de Alagoas no âmbito do projeto **Prosperidade Urbana Sustentável e Inclusiva no Estado de Alagoas: Uma Iniciativa Integrada**, cujo objetivo é qualificar ações de desenvolvimento urbano sustentável do estado de Alagoas.

Os produtos sumarizados aqui são:

1. Perfil e percepções de turistas;
2. Relatório sobre cadeia de valor do turismo;
3. Estratégias para o desenvolvimento da atividade turística.

Esses estudos foram produzidos no escopo do Resultado **Financiamento público e iniciativas econômicas locais melhoradas** do projeto supracitado e partem de um recorte focado no setor do turismo, um dos propulsores do desenvolvimento econômico em Alagoas. O objetivo desses estudos foi produzir um conjunto de diagnósticos e estratégias

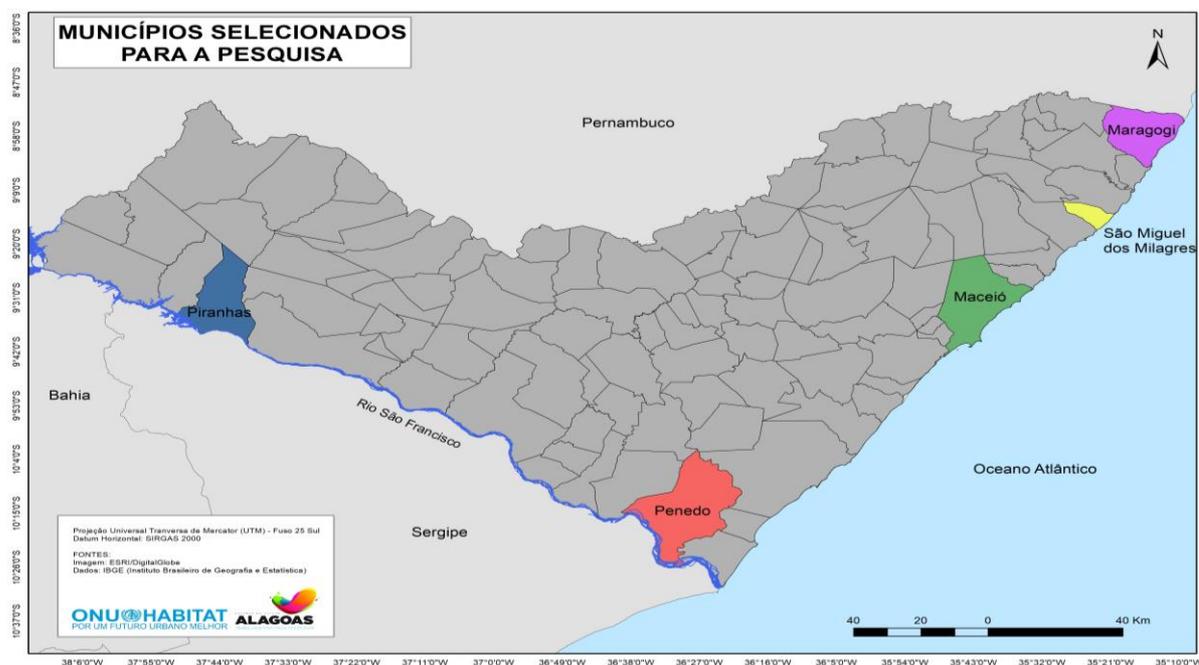
baseadas em evidências e voltadas para a qualificação de ações de fomento do turismo em Alagoas a partir de uma perspectiva multidisciplinar de promoção do desenvolvimento urbano sustentável.

A definição do escopo geográfico dos estudos buscou capturar a diversidade do turismo em Alagoas, mesclando municípios de diferentes tamanhos e regiões, representando duas categorias de turismo no estado:

- Localidades com turismo de sol e mar: municípios de Maceió, Maragogi e São Miguel dos Milagres;
- Localidades com alto potencial de turismo histórico-cultural: municípios de Penedo e Piranhas.

Vale destacar que esses produtos foram elaborados **antes da crise ocasionada pela pandemia de Covid-19**, que afetou duramente o setor do turismo em 2020. A interpretação dos dados e aplicação das conclusões trazidas aqui demandam uma leitura contextualizada e que leve em consideração os efeitos posteriores dessa crise no setor e nos municípios estudados.

Mapa 1 – Municípios analisados pelos produtos em Alagoas



Fonte: ONU-Habitat, 2020 (elaboração própria).



## 1. PERFIL E PERCEPÇÕES DE TURISTAS

Diante da escassez de dados atualizados e desagregados sobre o perfil e percepções dos turistas nos municípios de Maceió, Maragogi, Penedo, Piranhas e São Miguel dos Milagres, este relatório apresenta os resultados de uma pesquisa com aproximadamente 250 turistas nesses municípios. O objetivo foi contribuir para a orientação das políticas públicas de fomento do turismo em Alagoas.

### Metodologia

Esta pesquisa adotou uma metodologia não probabilística de natureza exploratória, com a aplicação de 250 entrevistas - 50 em cada um dos cinco municípios - em pontos de fluxo em locais públicos e equipamentos privados com relevante movimentação turística. O desenho da pesquisa possibilitou uma análise descritiva e comparativa dos conjuntos de dados obtidos.

### Origem dos fluxos de turistas

Maceió, Maragogi e São Miguel dos Milagres receberam majoritariamente turistas das regiões Sudeste e Sul, ainda que em Maragogi houvesse uma participação expressiva de turistas da própria região Nordeste. Já em Penedo e Piranhas, o turista nordestino constituiu a maior parte dos entrevistados, sendo que o fluxo regional foi mais relevante em Piranhas, e o fluxo intraestadual teve destaque em Penedo.

Em Maceió, Penedo e Piranhas, a maior parte dos turistas veio diretamente do seu município de domicílio, voltando diretamente para lá. O caso de Maceió é interessante, pois, apesar do seu porte e de uma parcela considerável dos turistas ter expressado interesse em conhecer municípios vizinhos (principalmente da Região Metropolitana), a cidade não se comportou como uma porta de entrada para viagens para municípios mais distantes dentro do estado. Já Maragogi e São Miguel dos Milagres se comportaram como destinos intermediários dentro de roteiros mais longos, dado que, em sua maioria, os turistas que chegaram a essas localidades não vinham e nem voltariam diretamente para seus municípios de domicílio.

### Expectativa de permanência

O cálculo da média de expectativa de permanência em cada destino apontou que Maceió teve o maior resultado (7,2 dias), seguida, nessa ordem, por Maragogi, Penedo, São Miguel dos Milagres e Piranhas. Os dados apontaram que as respostas em Penedo e Piranhas tiveram menor variância, com a maioria dos turistas declarando interesse em ficar dois ou três dias apenas. Já em Maragogi e São Miguel dos Milagres, houve uma grande diversidade de expectativas e planos de permanência pelos turistas.

### Motivação, recomendações e acompanhantes

A principal razão para as viagens, nos cinco municípios, foi o lazer; em Penedo, a visita a parentes e amigos também foi bastante citada como principal motivação. Os 'amigos' e a 'Internet' foram as principais fontes de recomendações dos cinco destinos, sendo que as agências de viagens tiveram um papel relevante em Maceió e Piranhas. Familiares – incluindo parceiros/cônjuges, filhos e outros – foram os principais acompanhantes de viagem dos entrevistados em todos os destinos, especialmente em Maceió e São Miguel dos Milagres. A viagem entre amigos foi uma razão expressiva somente nos municípios de Maragogi, Penedo e Piranhas, sendo que, nesses dois últimos, uma pequena parcela, porém relevante, de turistas viajava sozinha.

### Hospedagem e transportes

A pesquisa mostrou padrões distintos em cada cidade. Maceió foi o único município com predomínio da hospedagem em hotéis e, juntamente com São Miguel dos Milagres, o transporte aéreo foi o principal meio de chegada. Na capital, o deslocamento na cidade e arredores foi feito majoritariamente por táxi/transporte por aplicativo e por transporte de agências de viagens e receptivos. Em todos os demais municípios, as pousadas foram o meio de hospedagem mais utilizado e as opções de transporte foram mais diversas. Em Maragogi e São Miguel dos Milagres, houve uma grande diversidade de meios usados tanto para chegar ao município, quanto para nele se locomover;



nesse segundo caso, as opções mais citadas foram veículo próprio, transporte de agência de viagem ou receptivo e aluguel de veículo particular. Já em Penedo e Piranhas, o veículo próprio foi o meio mais utilizado para chegar ao município e nele se deslocar. Desses dados, pode-se concluir que i) o aluguel de casas de temporada não foi amplamente citado pelos entrevistados; ii) houve um predomínio das formas privadas de transporte sobre as alternativas públicas em todos os municípios; e iii) com exceção de Maceió, houve predomínio das formas individuais de transporte sobre as coletivas (transportes de agências e receptivos).

### Meios de reserva e organização da viagem

Nesse quesito, Maceió foi uma exceção, pois empresas de turismo organizaram a viagem da maior parte dos turistas. A maioria dos entrevistados, nos demais municípios, optou por organizar sua própria viagem. Esse resultado se refletiu nos canais de reserva de hospedagem e de reserva e/ou compra de passagens de transportes utilizados. Apenas em Maceió os pacotes provenientes de agenciamento foram responsáveis por um número expressivo de reservas de transporte e hospedagem. Nos demais destinos, verificou-se uma diversidade de soluções, especialmente o uso dos sites próprios dos estabelecimentos e sites especializados (Decolar.com e Booking.com). Essa segunda opção foi usada mais frequentemente para reservar hospedagem do que transporte. Em Penedo e Piranhas, as reservas feitas diretamente no estabelecimento ou por telefone também foram relevantes, evidenciando um contato mais direto do cliente com os estabelecimentos.

### Média de gastos diários do turista

A faixa de gastos de até R\$ 150,00 foi a mais citada em Maceió. Já nos demais municípios, a faixa de gastos entre R\$ 150,00 e R\$ 300,00, foi a mais indicada. A faixa de gastos entre R\$ 300,00 e R\$ 600,00 reuniu também uma porcentagem considerável de respondentes nos municípios de Penedo, Piranhas e São Miguel dos Milagres. A gastronomia foi a categoria de consumo mais citada em todos os destinos e muitos turistas de Piranhas e Penedo mencionaram gastos com museus, contrastando com Maceió, onde há a

maior concentração desse atrativo turístico cultural no estado.

### Avaliação dos entrevistados

Uma avaliação da experiência dos turistas foi sistematizada em dois índices que reuniram suas avaliações sobre os seguintes elementos:

*1 - Infraestrutura e serviços urbanos:* limpeza das ruas; limpeza da orla e faixa de areia da praia ou do rio; qualidade da água do mar, rios, córregos, riachos, lagoas etc.; manutenção de praças, calçadas e outros espaços públicos; facilidade de circular dentro e nos arredores do município por transporte público ou privado; qualidade e quantidade de rotas de chegada até o município partindo de outros lugares, incluindo estradas e aeroportos; iluminação pública; sensação de segurança.

*2 - Infraestrutura e ativos turísticos:* atrativos turísticos naturais; atrativos turísticos históricos/culturais; sinalização turística; meio de hospedagem; restaurantes; bares; vida noturna; passeios com empresas de receptivo turístico; guia de turismo; informações turísticas; preços cobrados; e hospitalidade.

De um modo geral, as notas dadas pelos turistas para todos os elementos pesquisados foram bastante positivas e os cinco municípios tiveram notas globais entre “excelente” e “regular”. Piranhas e Maceió se destacaram na avaliação da infraestrutura e serviços urbanos, com notas entre as categorias “excelente” e “bom”. Essa mesma faixa foi obtida por quase todos os municípios na avaliação de infraestrutura e ativos turísticos; a exceção foi Maragogi, que teve um desempenho global um pouco mais baixo, entre as categorias “bom” e “regular”.

Por fim, foram realizadas perguntas aos turistas sobre os elementos de que mais gostaram e de que menos gostaram na viagem. Os elementos positivos mais citados foram: atrativos naturais, gastronomia, hospitalidade, equipamentos turísticos e os atrativos turísticos culturais. Já os elementos negativos mais citados foram: infraestrutura geral (urbana/turística), preços cobrados, mobilidade/acesso, saneamento básico e serviços públicos básicos.



## 2. RELATÓRIO SOBRE A CADEIA DE VALOR DO TURISMO

Esse relatório apresenta os resultados de uma pesquisa com aproximadamente 240 *stakeholders* atuantes nos municípios de Maceió, Maragogi, Penedo, Piranhas e São Miguel dos Milagres. O objetivo foi qualificar o entendimento sobre o funcionamento dos elos da cadeia de valor do turismo nessas localidades, contribuindo com a formulação de políticas públicas de fomento capazes de promover o desenvolvimento socioeconômico sustentável por meio do turismo.

### Metodologia

Este estudo resultou de entrevistas aplicadas através de um questionário estruturado com 240 *stakeholders*. Esses agentes representaram onze setores da cadeia de valor do turismo em Alagoas: 1. poder público municipal; 2. meios de hospedagem; 3. alimentação fora do lar; 4. agências de viagens e turismo; 5. lazer e entretenimento; 6. transportes turísticos; 7. organização de eventos; 8. guiamento de turismo; 9. artesanato; 10. sociedade civil organizada; e 11. serviços de suporte. A escolha dos entrevistados foi baseada em uma metodologia de amostragem não probabilística do tipo intencional, definida de acordo com a estrutura e as especificidades da cadeia de valor do turismo em cada município pesquisado.

A análise da cadeia de valor estruturou-se a partir da leitura integrada das entrevistas com os gestores públicos e de mais quatro temas transversais decorrentes dos demais atores:

### Poder público municipal

A análise do quadro institucional, a partir da ótica dos gestores públicos de turismo, trouxe resultados diversos, evidenciando uma heterogeneidade de políticas, estruturas de governança e coordenação institucional, gestão e parcerias no setor entre os municípios.

Todos os municípios possuem secretarias voltadas para o setor, bem como políticas e iniciativas exclusivamente voltadas para a

promoção do turismo, com diferentes níveis de complexidade e integração com outras políticas.

As principais políticas mencionadas relacionam-se à qualificação da infraestrutura turística e urbana, educação para o turismo, capacitação e qualificação profissional para o setor, marketing e promoção do destino e fomento fiscal ao *trade* turístico. Maceió apresentou uma estrutura mínima dedicada a realizar a análise dos impactos econômicos, sociais e/ou ambientais relacionados ao turismo - o Observatório do Turismo de Maceió. Com relação a instâncias de governança ativa, todos os gestores entrevistados afirmaram compor um conselho municipal do turismo e participar do Fórum Estadual de Turismo. Apenas Maceió e Maragogi possuem representantes no Fórum Estadual do Turismo.

O quadro de parcerias mostrou-se bastante rico, mas pouco coordenado em termos estaduais. Cada município apresentou uma gama de parcerias com outros municípios e demais níveis da federação, universidades e instituições e empresas privadas, associações e organizações não governamentais. Ainda que as particularidades locais demandem arranjos específicos, em geral todos os municípios apontaram a necessidade de maior apoio e melhor coordenação entre entidades e níveis de governo.

Por fim, no que se refere à percepção e avaliação dos gestores foram levantados aspectos relacionados à infraestrutura urbana e gargalos para a implementação de novos empreendimentos turísticos. No caso da infraestrutura urbana, o principal consenso é que o estado do saneamento básico não contribui positivamente para o turismo em nenhum dos destinos. Com relação aos entraves para novos empreendimentos, foram destacados negativamente (com exceção de Penedo) o custo elevado de terrenos e aluguéis e a ausência de pessoal capacitado no município.



## Divulgação e comercialização de bens e serviços

O setor mostrou-se alinhado às tendências de uma economia baseada no compartilhamento de informações e modos inovadores de comunicação, especialmente na divulgação de bens e serviços. Instagram, Facebook e WhatsApp são os meios de divulgação mais citados, respectivamente, por 81,2%, 70,2% e 68% dos entrevistados. Já para a comercialização, meios mais tradicionais seguem relevantes: lojas físicas, redes sociais, telefone e *site* próprio foram citados respectivamente por 58,6%, 50,8%, 35,9% e 28,2% dos entrevistados.

As variações na penetração das novas tecnologias devem-se a variáveis como tamanho das empresas e setor de atuação. Pesquisas nacionais apontam que empresas maiores tendem a utilizar mais *sites* próprios para divulgação e comercialização que pequenas empresas e indivíduos, os quais se utilizam mais de perfis em redes sociais. Isso se reflete nas localidades: em Maceió, 59,1% dos entrevistados declararam utilizar um *site* próprio para fazer sua divulgação, enquanto em Penedo esse dado é de apenas 5%. Por outro lado, é nesse município onde foram registrados os maiores percentuais de uso de Instagram, Facebook e Twitter para a divulgação.

As estratégias de comercialização mostraram-se menos diversificadas que as de divulgação, especialmente entre pequenos negócios – artesãos, guias e transportadores turísticos –, que se dedicam mais às redes sociais. Políticas de capacitação desses setores para o uso de novas tecnologias e técnicas de marketing digital podem ser benéficas para seu desenvolvimento.

Por fim, uma nova tendência no setor, os sites especializados e *online travel agents* (OTAs) mostraram-se relevantes em apenas alguns setores: enquanto o TripAdvisor foi o OTA mais citado por agências e meios de hospedagem como veículo de divulgação (seguido por Trivago, Expedia e Booking.com), Booking.com foi o OTA mais popular para comercialização nesses setores, seguido por Decolar.com e

HotelUrbano.com. Por fim, ainda que o Airbnb seja voltado para oferta de quartos e casas de temporada por indivíduos, a plataforma foi citada como um veículo de comercialização por 16% dos meios de hospedagem.

## Mão de obra, qualificação e capacitação

Foram analisadas tanto as políticas de oferecimento de qualificação no setor por parte dos municípios e parceiros, como as práticas de capacitação dentro das empresas. Com relação ao primeiro aspecto, em geral, há uma desarticulação de programas e ações de qualificação promovidos pelo Ministério do Turismo, pelo Sistema S, por instituições de ensino superior e técnico e pelos governos municipais e estadual.

Com relação à capacitação nas empresas, há um enorme potencial para políticas públicas que fomentem seu engajamento no tema. Apenas metade dos entrevistados oferece pelo menos um curso ou rotina de capacitação ministrado por profissional ou instituição especializada a seus funcionários. Entre aqueles que ofereceram, os temas mais comuns foram atendimento ao cliente (56,6%) e operacionalização (41,9%). Esses dados variam consideravelmente entre setores e municípios. Enquanto em Penedo e Maceió, respectivamente 58,5% e 54,7% dos entrevistados oferecem pelo menos uma ação de capacitação, esse dado chega a apenas pouco mais de um terço (34,3%) em São Miguel dos Milagres. Com relação aos setores, nota-se que apenas 26% dos meios de hospedagem oferecem algum treinamento, o pior desempenho entre todos os segmentos.

## Cadeias de suprimento

O estudo apresentou uma fotografia das cadeias de suprimento de bens e serviços, mostrando o papel dos municípios, de Alagoas e de outros estados no fornecimento de insumos para o setor e indicando como se comportam os fluxos de renda provenientes das despesas gastas pelos turistas durante a viagem.

De modo geral, os dados mostraram que o fornecimento de produtos mobiliza, prioritariamente, tanto as economias das



próprias localidades, quanto a economia de outros municípios alagoanos. Apenas uma parcela menor dos produtos advém de fora de Alagoas. Há, uma vez mais, variações setoriais e regionais. Por exemplo, Penedo mostrou-se quase autossuficiente com 80,7% dos itens analisados fornecidos por empresas do próprio município. Nas demais localidades, a maioria dos fornecedores de produtos foi obtida dentro do município ou do estado. Maragogi registrou a maior porcentagem de fornecedores de fora de Alagoas: 23,5%. O setor com maior porcentagem de fornecimento dentro do respectivo município foi lazer e entretenimento (87%), enquanto organização de eventos, alimentação fora do lar e agências de viagens tiveram a maior porcentagem (em torno de 14%) de itens vindos de fora de Alagoas.

No caso de serviços e de mão de obra especializada, o papel das localidades é ainda maior, pois em todos os municípios uma grande parte (mais de 69%) dos serviços analisados é encontrada dentro dos próprios municípios. Penedo novamente comportou-se como um município mais próximo de uma autossuficiência; Maceió e São Miguel dos Milagres mostraram-se particularmente articulados a municípios do próprio estado; e Maragogi e Piranhas tiveram a maior porcentagem – ainda que não passando de 5% – de serviços fornecidos por outros estados.

### Infraestrutura e serviços urbanos

Considerando o papel das cidades para o desenvolvimento do turismo e para o desenvolvimento sustentável das comunidades visitadas, o estudo também investigou como a infraestrutura e os serviços urbanos de cada

localidade influenciam - positiva ou negativamente - o turismo local. Para tanto, foi construído um índice que permitiu comparar as notas dos entrevistados atribuídas a dez elementos de infraestrutura e serviços urbanos. Os elementos avaliados foram: limpeza das ruas; limpeza da orla e faixa de areia da praia ou do rio; qualidade da água do mar, rios, córregos, riachos, lagoas etc.; manutenção de praças, calçadas e outros espaços públicos; transporte local dentro do município e nos arredores; facilidade de acesso ao município partindo de outras cidades; iluminação pública; energia elétrica; abastecimento de água; e sensação de segurança.

De modo geral, as cidades históricas de Penedo e Piranhas tiveram um desempenho de destaque, seguidas pela capital Maceió e Maragogi. São Miguel dos Milagres concentrou o maior número de avaliações negativas sobre sua infraestrutura urbana. Os temas que concentraram as notas mais deficitárias foram a conservação de espaços públicos, como praças e parques, e a qualidade do transporte dentro dos municípios e arredores. Esses são temas ligados diretamente ao planejamento e desenvolvimento urbano dos municípios, que, ao receberem mais atenção dos gestores públicos, podem trazer impactos positivos para a percepção dos turistas e para a qualidade de vida da população local. Por outro lado, vale destacar que a qualidade da água do mar, rios, córregos, riachos, lagoas etc. e dos serviços de abastecimento de água foram os mais bem avaliados.



### 3. ESTRATÉGIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

Tomando os dados e diagnósticos elaborados pelos dois produtos anteriores, este relatório apresenta uma série de propostas de ações, metas e indicadores que visam qualificar as ações dos atores locais e as políticas de fomento do turismo a partir de uma perspectiva multidisciplinar de promoção do desenvolvimento urbano sustentável nos municípios de Maceió, Maragogi, Penedo, Piranhas e São Miguel dos Milagres.

#### Metodologia

As estratégias apresentadas neste relatório foram desenhadas a partir de (i) dados e diagnósticos primários e secundários produzidos ou levantados pelos dois relatórios mencionados e (ii) cinco oficinas com diversos atores institucionais dos municípios de Maceió, Maragogi, São Miguel dos Milagres, Penedo e Piranhas que buscaram identificar problemas, apresentar ações e sugerir estratégias de promoção do turismo nesses destinos. Vale destacar que o desenho das ações propostas aqui, ainda que sejam de interesse de todos os atores locais, focou no papel do governo estadual de oferecer apoio e realizar articulações com governos municipais, especialmente em temas que transcendam os limites territoriais e competências dos entes municipais.

Esse documento é constituído por uma breve seção de contextualização do setor do turismo em Alagoas e por uma seção que contém as estratégias para o setor, divididas em quatro eixos temáticos. Cada eixo apresenta um conjunto de ações desdobradas em metas de curto, médio e longo prazo, cada qual com seus respectivos indicadores de monitoramento.

#### Eixo 1: Fortalecimento institucional e sistemas de informações

O primeiro eixo dedica-se a discutir o papel das instituições no fomento do setor, focando no papel das instâncias de governança, na qualificação das equipes de governo e na produção de dados e informações. Com relação

às instâncias de governança, em que pese a atuação do Fórum Estadual do Turismo - cujas reuniões anuais tratem das pautas do setor - a proposta de criação de um conselho estadual especificamente dedicado ao turismo visa uma articulação mais efetiva e um fortalecimento dos Conselhos Municipais de Turismo. Já as propostas de ações de qualificação das equipes que trabalham no setor objetivam um desenvolvimento e fortalecimento dos mecanismos de monitoramento das ações de promoção da atividade turística. Por fim, a produção de dados e informações tempestivos por um sistema constantemente atualizado visa mapear as flutuações das demandas turísticas e a realização de políticas e estratégias adequadas, baseadas em evidências e corretamente dimensionadas para o setor e para a realidade de cada localidade. Todas essas ações de melhoria das instituições de governança podem resultar em ganhos consistentes da gestão de políticas do turismo e na melhoria da experiência dos turistas nos destinos. As ações propostas para esse eixo são:

- Ação 1: Instituição do Conselho Estadual de Turismo;
- Ação 2: Fortalecimento dos Conselhos Municipais de Turismo;
- Ação 3: Qualificação das equipes de turismo das Secretarias Municipais;
- Ação 4: Implantação de Sistema de Informações Turísticas.

#### Eixo 2 – Qualificação da oferta turística

Este eixo temático aborda a qualificação da oferta turística a partir de investimentos e melhorias em diversas áreas, como infraestrutura do município, serviços, produtos turísticos, nos próprios empreendedores do setor e, especialmente, da mão-de-obra do setor. A qualificação da oferta turística como um todo - e dos trabalhadores de forma mais específica - tem o potencial tanto de melhorar a experiência do turista, aumentando o tempo médio de permanência (TMP) na cidade e a média de gastos dos turistas, como de promover o desenvolvimento local. Contudo, um obstáculo



para o devido planejamento das ações nesse eixo é a informalidade na cadeia do turismo, pois a ausência de registros formais prejudica a produção de informações necessárias para um dimensionamento e orientação mais precisos de investimentos em qualificação. Ademais, o planejamento de ações nesse tema também suscita a necessidade de uma sistematização dos conhecimentos dos municípios sobre seus produtos turísticos e sua cadeia produtiva por meio dos inventários turísticos. As ações propostas para esse eixo são:

- Ação 1: Qualificação da mão-de-obra local para melhorar a experiência dos turistas enquanto visitam o município;
- Ação 2: Apoio à formalização dos empreendedores da cadeia do turismo;
- Ação 3: Atualização do inventário turístico dos municípios.

### Eixo 3 – Promoção dos destinos turísticos

Planos de promoção de destinos turísticos têm o objetivo de ampliar a visibilidade dos atrativos turísticos e requerem um conhecimento da demanda, ou seja, do perfil dos turistas de cada destino: o que buscam, onde buscam informações e como viajam. Por exemplo, dados apontam que canais online têm tido um papel cada vez mais preponderante sobre as agências de viagem nesse processo, de modo que planos de marketing e de presença digital constituem-se como peças fundamentais para ações de promoção dos destinos. Outra variável relevante a ser considerada é a sazonalidade, ou seja, as variações da intensidade do fluxo de turistas ao longo do ano. No caso dos municípios estudados, há uma diminuição desse fluxo nos períodos chuvosos em Maceió, Maragogi e São Miguel dos Milagres e, no verão, em Penedo e Piranhas. Dado que uma baixa diversificação do produto turístico diminui o tempo médio de permanência do turista na localidade, exacerbando os efeitos da sazonalidade, um plano de marketing que seja integrado para o estado, articulando e conectando roteiros de diferentes municípios como um único produto, permite mitigar tanto os efeitos de uma variedade limitada de ofertas e serviços turísticos, como da sazonalidade. Nesse esforço de criação de roteiros turísticos, os passeios guiados oferecem atrativos inclusive para a

população residente, o que pode reforçar seu engajamento com o patrimônio histórico, cultural e natural locais, fortalecer o sentimento de afeto e de orgulho dos moradores e, como consequência, criar condições mais favoráveis para a preservação e divulgação desses atrativos turísticos. As ações propostas para esse eixo são:

- Ação 1: Elaboração de plano de marketing, promoção e presença digital;
- Ação 2: Criação de roteiros turísticos e passeios guiados;
- Ação 3: Elaboração de roteiros turísticos integrados (intermunicipais).

### Eixo 4 – Políticas públicas territoriais integradas

O alcance de resultados positivos e duradouros das ações de fomento do turismo dependem tanto de políticas específicas para esse setor, como de políticas públicas intersetoriais e articuladas com os territórios, tais como de saneamento básico e de infraestrutura de transporte e mobilidade. Essa articulação favorece a redução das desigualdades regionais e locais, o fortalecimento da economia local e a geração de um maior engajamento e participação da sociedade civil com o setor do turismo. Para tanto, é preciso instituir uma governança baseada em estruturas formalizadas e na regulamentação de mecanismos inclusivos e participativos que reduzam esforços duplicados, otimizem a ação dos gastos públicos e promovam a cooperação entre todos os níveis de governo. Nesse sentido, as ações propostas para esse eixo são:

- Ação 1: Desenvolvimento e implementação de políticas públicas integradas no nível adequado;
- Ação 2: Definição de políticas urbanas prioritárias para o turismo;
- Ação 3: Definir estruturas e instrumentos de financiamento eficazes, inovadores e sustentáveis que reforcem as finanças municipais e sistemas fiscais locais.

## CONCLUSÃO

Esse Sumário Executivo Integrado apresentou os principais dados e conclusões presentes nos três produtos elaborados no âmbito do resultado “Financiamento público e iniciativas econômicas locais melhoradas” do projeto “Prosperidade Urbana Sustentável e Inclusiva no Estado de Alagoas: Uma Iniciativa Integrada”, uma parceria entre o Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos (ONU-Habitat) e o Governo do Estado de Alagoas.

### Mensagem final

**As cidades são hoje mais importantes do que nunca para o setor do turismo.** Ainda que no passado os centros urbanos tenham crescido como entrepostos exclusivamente comerciais e industriais, consolidando-se como locais dedicados à produção de bens e serviços, atualmente as cidades são cada vez mais elas mesmas objetos de interesse de consumo. Seus **espaços públicos, seu patrimônio histórico, natural e imaterial, e sua infraestrutura de serviços e de lazer são hoje motores para o desenvolvimento econômico local** a partir da sua atratividade não apenas para residentes, mas também para turistas que movimentam a economia local e geram oportunidades de emprego e renda.

Nesse contexto, o conceito de **prosperidade** é fundamental para formular incentivos ao turismo não como uma atividade predatória, mas sustentável no tempo e no território. A prosperidade é um **conceito multidisciplinar** que vai além das métricas tradicionais de desempenho econômico e inclui aspectos de infraestrutura, bem-estar, sustentabilidade ambiental, igualdade social, e legislação e governança. Portanto, um **turismo sustentável é aquele que contribui para a prosperidade urbana em todos seus aspectos.**

Dado que a **prosperidade de um território não ocorre por acidente**, mas resulta de um complexo arranjo de políticas e de uma governança articulada a diversos atores, **o turismo também deve se articular por meio de políticas públicas às demais políticas de desenvolvimento do território** – tais como o transporte, mobilidade, saneamento, conservação ambiental, espaços públicos e outras – para que possa se tornar uma atividade próspera e sustentável.

Portanto, um setor do turismo estruturado a partir de políticas baseadas em evidências tem enorme potencial para contribuir para o **equilíbrio econômico, social e ambiental do território** e para prosperidade das cidades de Alagoas.

